

SANATTA KITSCH OLGUSU ÜZERİNE

*Hikmet ŞAHİN**

Özet

Kökeninin çok eski tarihlere gitmesine rağmen, karakteristik özelliklerini ve gerçek anlamda varlığını 19. yüzyıl Sanayi Devrimi ve Modernizmin kitle kültürü ve üretim aşamasında alan kitsch, günümüz sanatının vazgeçilmez oluşumlarının içerisinde yerini bulmuştur. Belli bir tanımının yapılması oldukça güç olan kitsch ile ilgili üretilen eserlerin sanata ne derece yakın olduğu tartışma konusudur. Kitschin sanatsal bir ürün mü, yoksa modern zamanların üretim kültüründen gelen ve dolayısıyla ortaya niteliksiz olarak çıkmış olan bir taklit mi? olduğu sorusu çalışmamızın ana sorunudur. Bildiğimiz ve kesin olan belki de tek şeyin kitschin var olduğu ve günümüz postmodern dünyasında yerini almış olduğudur. Tüm tartışmalar ve farklı nitelikte oluşturulmuş tanımlara rağmen zihinlerde tam olarak netleşmeyen, kapsam ve sınırlılıklarının ne olduğu konusunda şüpheleri bünyesinde barındıran kitsch; içinde yaşadığımız ‘genel kültür’ün bir sonucu olarak karşımıza çıkmaktadır.

Çalışmanın amacı, kitsch kavramının farklı tanımlamalarına işaret etmek; konuyla ilgili çeşitli görüşlere dayanak oluşturan düşün ve eserleri inceleyerek kitschin sanat dünyasında nasıl bir yere sahip olduğunu anlamaya çalışmaktır. Sanatın kültürü bağlamında değerlendirildiğinde kitschin gerçek birer sanat eseri olup olmadıkları, felsefe ve gerekçelerinin sanat disiplinleri arasında yapmış olduğu etkileri günümüz sanatı ve değerleri açısından önemlidir. Modern ve günümüz sanatı-Postmodernizm-içerisindeki gelişim süreci çalışmamızın evrenini; 19. yüzyıl Modernizmi ile başlayan kitschin günümüz sanatına değin süregelen felsefesi, öne çıkan sanatçı ve eserler ise çalışmanın sınırını oluşturmaktadır.

Yöntem olarak konuya ışık tutabilecek kitap, broşür, dergi gibi kaynaklardan literatür taraması yapılmış; sanal ortamda uygun görülen metinler ve görseller kaynak olarak alınarak değerlendirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sanat, Kitsch (Kiç), Pop Art, Modernizm, Postmodernizm.

*Öğrt. Gör. Dr. Selçuk Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi, hikmetxahin@gmail.com

ON THE KITSCH PHENOMENON IN ART

Abstract

Kitsch, which gained its characteristic features and entity in real terms within mass culture and production phase of the 19th century Industrial Revolution and Modernism, has found its place in essential formations of today's art, although its origin dates back to old times. It is a matter of debate how works of art which are composed on kitsch, a certain definition of which cannot be made easily, is related with art. The main issue in our study is whether kitsch is an artistic value or a fake originating from production culture of the modern times, thereby coming out as unqualified. The only thing that we know definitely is kitsch does exist and has taken its place in today's postmodern world. Kitsch, which is not clear in minds despite all debates and definitions of different nature and contains within itself the doubts about its context and limitations, emerges as a result of the 'general knowledge' that we live in.

Aim of this study is referring different definitions of the kitsch concept and trying to understand the position of kitsch in the world of art by examining thoughts and works of art, which forms a basis for various opinions on the subject. When evaluated in the context of culture of art, whether kitsch is a work of art or not and effect of its philosophy and justifications on artistic disciplines is essential in terms of today's art and its values. Development process within modern and today's art -Postmodernism- forms universe of our study, whereas philosophy of kitsch, which started with the 19th century Modernism and has been ongoing till today's art, and prominent artists and their works are bounds of the study.

A literature review is made from type of resources, such as book, brochure and journals, which may shed light on the subject as a method; texts and images from virtual platforms, which deemed appropriate, are evaluated as reference.

Keywords: *Art, Kitsch, Pop Art, Modernism, Postmodernism.*

GİRİŞ

İçinde bulunduğumuz sosyal yaşantı dikkate alındığında estetik yönden pek de iyi olmayan, endüstrileşmenin getirmiş olduğu kültür kaosunun içerisinde görsel kirliliğin farkına varmamak neredeyse imkansız gibidir. Yaşadığımız sosyal çevrenin bu denli karmaşık olmasının nedenlerinden biri de kişisel olarak ortaya koyduğumuz tercihlerimiz ve onların sanatsal bağlamda ne kadar eksik olduğuyla ilgilidir. 19. yüzyılda belirmeye başlayan modernizm ve sanatın ticari bir meta kültürüne dönüştürme çabaları, kapitalist kültürün bir sonucu olarak popüler kültürü ortaya çıkarmış; böylece halkın genelinin sahip olduğu estetik beğeni düzeyi sanat eserlerinin üretilmesi veya ortaya sanat niteliği olmayan ürünlerin çıkmasına neden olmuştur. Endüstrileşmenin getirmiş olduğu heyecanlı makineleşme dürtüsü yüksek kültür nesnesi olan sanat eserlerini ucuz yollarla yapılmış taklitlere dönüştürmüş ve bir pazarlama nesnesine haline getirmiştir. Günümüz sanatında özellikle son günlerde çokça dile getirilen ancak tam olarak asıl anlamının ne olduğu ve hangi kaynaklardan günümüze kadar geldiği belli olmayan kitsch, günlük hayatımızda popüler bir terim haline gelmiştir. Kitsch'in sanat bağlamda ele alınabilecek bir kavram olup olmadığı; günümüz sanatında kitsch'in sanatın hangi kategorisinde incelenmesi gerektiği de muğlak olan konulardan biridir. Kitsch aslında çok eski tarihten beri varolan ancak sınırları ve gerekliliği konusunda sanat camiası tarafından akıbeti tam olarak netleşmemiş bir kavramdır.

Farklı dinamikleri bünyesinde barındıran ve kural tanımaz bir yapısı olan sanat, değişim ruhunu sürekli olarak içinde tutmayı başarmıştır. Endüstriyel kültürün “*herkes için sanat*” anlayışı beraberinde “*kitsch*” diyebileceğimiz ürünlerin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Sanayileşmeyle beraber gelen kırsal kültürün kent kültürüne adaptasyonu beraberinde bazı sorunları getirmiştir. Sanayi kültürünün oluşturduğu yapay, banliyö kentlerini oluşturan, çoğunluğu eğitimsiz bireylerden oluşan işçi sınıfı beğenisi, “yüksek kültür” özellikleri taşıyan sanat ve estetik değerlerinin erozyona uğramasına yol açmıştır. Kapitalist kültürün doymak bilmez açlığı sonucunda sanatın estetik değerleri kendisini genel beğeni düzeyinde dekoratife dayalı, kolay algılanabilir endüstriyel nesneye dönüştürmüştür. Walter Benjamin (1995: 72) bunu sanatta “*değer kaybı*” olarak görmektedir.

Modern sanatın ünlü eleştirmenlerinden Greenberg, Almanların harikulade bir ad verdiği "kitsch"i tiksinti ve zevk karışımı bir tutumla tanımlar: popüler, ticari sanat ve edebiyat ile bunların renkli taşbaskıları, dergi kapakları, illüstrasyonlar, reklamlar, kuşe kağıtlı dergiler ve ucuz romanlar, çizgi romanlar, Tin Pan Alley müziği, step dansı, Hollywood filimleri gibi farklı sanat formlarının tek ortak noktası, kitle kültürünün veya popüler kültürün yansımaları olmalarıdır ve bu Greenberg'in onları reddetmesi için yeterli bir nedendir (Ward, 2014: 69-70). Nerdrum (2010: 11) kitsch'in bu derece itici olmasının Modernizmin 'yeniye açık', avangart tavrından kaynaklandığını söyler ve şöyle devam eder:

"Hristiyanlığın yaptığı şekilde Modernizm de rakiplerini şeytanlaştırmıştır. Ve Modernizm'in yöneticileri cehennemi modern sanatın anti-tezini ifade eden "Kitsch" olarak adlandırdı. Kitsch, entelektüel ve yeni olmayan, kahverengi, içli, aşırı duygusal ve acıklı olan her şey için kullanılan bir kavram olmuştur."

Kitsch, modern çağda ortaya çıkan bir olgu olarak sanat eserlerinin yozlaşması ve metalaşması ile doğrudan orantılıdır. Kitsch anlayışı, başlangıçta bir moda kültürü olarak karşımıza çıkmış ve büyük kitleleri etkilemeye başlamıştır. Sanayileşmiş bir ekonominin sonucu olarak ortaya çıkan kitsch; genel beğeni düzeyine indirgenmiş, 'ucuza', 'satın alınabilen', 'popüler', sanatsal bir yapıya sahip olan, kolay üretilip tüketilen, yüzeysel bir algılanmaya sahip, üretimi ticari kaygı ile yapılan ürünleri tanımlayabilmek için kullanılmıştır (Demir, 2009: 14-15).

Kitsch kavramının sıradışı oluşu, karmaşıklığı ve belirsizliği onun tanımlanması noktasında zorluklar doğurur. Modern romanın önemli temsilcilerinden Broch (Akt: Kulka, 2014: 38) öğrencilerine kitschi tanımlamanın zorluğunu şöyle ifade etmektedir: "Net ve katı tanımlar beklemeyin, aksi takdirde dersin sonunda pek çok sorunun yanıtı kaldığını düşünürsünüz ki bu soruları ancak kitsch üzerine üç ciltlik bir çalışma yaparsam açıklayabilirim" demiştir. Kitsch kavramının yakın tarihte ortaya çıktığını belirten Kulka, fenomolojik ve sosyo-kültürel açıdan modern dönemlerin öncesinde mevcut olmadığını söyler. Orta sınıfın ortaya çıkması, köyden kente göç ve teknolojik

ilerlemenin kitsche zemin hazırladığı düşünülmektedir. Clement Greenberg, kitschin modernizm ile eş zamanda çıktığını, kitschin bir endüstri ürünü olduğundan sözeder. Kitschi romantizmle başlatan Broch, “*Kitschin ber biçimi varlığını Romantizmin spesifik yapısına borçludur. Romantizm, kendisi kitsch olmadan, kitschin annesi olmuştur ve an gelir çocuk annesine o kadar benzer ki ikisini birbirinden ayıramazsınız*” demiştir (Akt: Kulka, 2014: 26). Romantizmin dramatik etki, duygusallık, dokunaklı olma gibi özelliklerini kitschden ayırmak biraz güç gibi görünüyor ancak bu kavramın ondokuzuncu yüzyıldan önce kullanılmış olması fazla iddialı bir tespittir diyebiliriz. Zevksizlik, modern dönemin bir icadı olmasa bile kitschin ondokuzuncu yüzyılın ikinci yarısında, kitleler üzerinde güçlü bir etki yaratarak yaygınlaşan bir fenomen olduğu ve bu etkinin de giderek arttığı ileri sürülebilir. Kitsch ister eski isterse yakın zamanın hayatımıza girmiş olsun tartışmasız olarak modern kültürün bir parçasıdır ve günümüzde büyük bir hızla büyümeye devam etmektedir. Kitsch her yerdedir: Restoranda sizi karşılar, bankada selam verir, reklam panolarından gülümser, hatta dışınızın duvarında asılı durur. Kitschin birleştirici özelliğini Çek asıllı Fransız yazar Milan Kundera şöyle anlatır: “*İnsanların yeryüzündeki kardeşliği ancak kitsch üzerinden mümkündür*” (Akt: Kulka, 2014: 29). Farklı kültürlerle ait özellikler ama aynı duygusal ortaklıklar insanların ideolojik ve geleneksel özelliklerini ortadan kaldırmıştır. Böylelikle kitsche karşı duyulan modern kültürün utancı ona prim vermek istemeyenlerin kolay avı haline gelmiştir.

Edebiyat eleştirmeni Matei Calinescu’ya göre kitsch, “*1860’lı ve 1870’li yıllarda, Münih’teki ressamların ve sanat simsarlarının jargonuna girdi ve ucuz sanatsal işleri tanımlamak için kullanıldı*” (Akt: Kulka, 2014: 32). Daha sonra kelime diğer Avrupa dillerine de girdi ve 1920’li yılların sonuna gelindiğinde “kitsch”, geniş ölçekte uluslararası bir ifadeye dönüştü. Kitschin etimolojisine dair kesin bir şey yoktur. Bazıları kelimenin, Almanlar tarafından yanlış telaffuz edilen, İngilizcedeki “Sketch”, kelimesinden türediğini iddia etmektedir. Farklı ülkelerde birçok farklı etimolojik kökenden geldiği iddia edilen kitschin 19. yüzyıldan itibaren hep olumsuz çağrışımlar için kullanılmış olmasıdır. Calinescu, “*Kullanım bağlamını nasıl sınıflandırırsak sınıflandırılabilir, kitsch her zaman estetik yetersizlik nosyonuna işaret eder*” demiştir. Kitsch kelimesinin sözlük anlamlarına baktığınızda karşınıza, “şık olanın tersi”,

“değersiz sanat”, “gösterişli sanat” gibi sadece kötü ifadelerle karşılaşırız. Ancak “kitsch” hiçbir şekilde “kötü sanatla”, eş anlamlı değildir. Kendisi kötüyü ifade etse bile tüm kötü sanat için kitschi kullanmak doğru bir yaklaşım değildir (Kulka, 2014: 33). İfadelerden de anlaşıldığı üzere kitsch sadece olumsuz yönleri olan ve olumsuz yönleri işaret etmekte kullanılmıyor, kitschin sosyolojik olarak insanları beğeni, kültür ve sanat gibi birçok alanda bir araya getirdiği, birleştirme gücünün olduğu ve bunun modern zamanların doğal bir sonucu olduğundan bahsedilmektedir. Kitschin tanımı ve etik değerlerle ilgili olarak varlığı kuşkusuz farklı alanlar ve uzmanlara göre farklı değerlendirilebilir. Ancak genel kanı kavramın içeriğiyle ilgili çelişkilerin olduğu yönündedir.

Kitschin tuhaflığı ise şüphesiz hitap gücünden gelmektedir. İnsanlar kitschi seviyor ve ticari olarak kitsch, ciddi sanatla başarılı bir mücadele içerisinde; reklam ajanslarının ve ideolojik partilerin pazarlama yöntemlerinde hep kitsch vardır (Görsel 1-2). Bu da gösteriyor ki; kitschin oldukça güçlü bir hitap becerisine sahiptir. Dışardan bakıldığında kitsch alıcısının, ciddi sanattan haz alanlar kadar çok keyif aldığı görürüz. Eğer durum böyleyse kitsche estetik bağlamda nasıl çöp diyebiliriz? Güzelliğin şeylerde yapısal olarak bulunmadığı, onun sadece bakanın zihninde olan bir anlayış olduğunu biliriz. Zevkler ve renklerin tartışılmadığı bir dünyada yaşayan kişiler olarak bizler nasıl olur da iyi, güzel, kötü ya da çirkin yakıştırmalarımızı evrenselleştirebiliriz?

(Kulka, 2014: 34).



Görsel 1: Michelangelo, Ademin Yaratılması, 280x570cm, Fresco, 1512.

Görsel 2: Nokia, Connection People, Reklam.

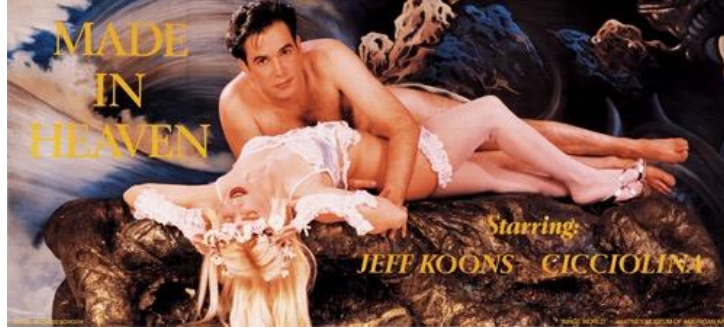
Sanatsal bağlamda değersiz olarak nitelenen kitsch, genel beğeniye hitap eden, yoğun tüketim kültürüne yönelik seri üretimlerin bir sonucu olarak karşımıza çıkar. Kitsch sanatsal değeri olmayan, ucuza satın alınabilen genel beğeni düzeyine

uydurulmuş, nesnelere dile getiren bir kavram olarak kapitalist düzenin bir uzantısı olarak değerlendirilmektedir. Kültürel yetersizlik ve sanayileşen toplumlarda kitsch'in daha hızlı ürediğini, gerek kültürel, ekonomik, siyasal ve gerekse sanatın farklı evrelerden geçtiği dönemlerde kendisine üremek için uygun ortamlar bulduğu görülmektedir.

Kitsch'in Nitelikleri/Niteliksizlikleri

Kitsch'in niteliklerini/niteliksizliklerini Şentürk (2014: 8-9), kısır bir biçime sahip olmak; yenilikçi orijinal, belirsiz veya deneysel değil geleneksel, standart, sınılanmış, bilindik temsiliyet sistemlerine ve kanonlara sadık olmak kitsch'in ilk özelliği sayılabileceğini belirtir ve şöyle devam eder:

“Estetik olarak tutucu, stilistik olarak tepkisel, evrensel şekilde erişebilir, kolayca anlaşılabilir, apaçık ve tek boyutlu ya da belirsizlikten arındırılmış olmak da bunlara eklenebilir. Muhafazakar, hatta dogmatik olmak da kitsch'in niteliklerindedir. Çaba ve zaman gerektirmeyen, önceden paketlenmiş ve pişirilmiş kitsch, tüketicisini gerçek sanat yapıtına erişmeye yönelik çabadan kurtarır. Üretimi bakımından mekaniktir, formüle göre işler ve sürpriz kaldırmaz, sahte duygusallıkla yüküdür. Stilde değişken olsa da temelde her yerde aynı kalır ve aynı şekilde zorluk çekmeden ve av köpeği gerektirmeden tanınır. Para harcatır ama zaman harcatmaz. Entelektüel kitsch de aynı şekilde yaygındır. Ortalamaya seslenir, herkese yetenek vaat eder, kolay nitelik kazandırmak konusunda iştahlandırır. Taklittir ama taklit ettiği niteliklerini kopyalayamayıp yüzeyselleştirir. İndirgenmiş anlam yapısı kurumsal çaba ve bağlanma gerektirmez. Özeleştiriden mahrumiyet, teorik açıdan öğreticiliğe değil kafa karıştırmaya temayül, sığılardan uzaklaşmama, genel kanaatlere uyumluluk, çelişkilerle dolup taşma içinde zırvalama hali, entelektüel kitschi ele veren belli başlı özelliklerdir. Kitsch pornografinin silah arkadaşısıdır.” (Görsel 3).



Görsel 3: Jeff Koons, Made in Heaven, Litografi, 317x690cm, 1989.

Kitsch tüm nesnelere ya da temaları kapsayabilir. Ancak özellikle bazıları kitsch için daha uygun özellikler taşır; Küçük yavru köpekler ya da gözü yaşlı çocuklar gibi. Kitsch soyuttan ziyade somut ve figüratif olana yönelecektir; kucağında bebeği olan anneler, şehvetli dudaklar ve baygın bakışları olan uzun bacaklı kadınlar, arkasında güneşin battığı palmyeli sahiller kitsch'in temalarını oluşturur. Peki bu temaların ortak noktası nelerdir? Hepsinin duygusal açıdan yoğun olmaları, düşünceye dayalı olmayan, eş zamanlı olarak duygusallığı tetikleyen temalardır bunlar. Sıradan nesnelere kitsch'in içerisine girmesi onu salt olarak kitsch yapmaz. Diğer taraftan, duygusal yoğunluğu olan insana dair temalar iyi bir kitsch örneği çıkarmak için yeterli olacaktır. Bu durumda kitsch'in nesnelere birisi kuşkusuz duygusal yoğunluk olmalıdır (Görsel 4). Kitsch bu duygusal yoğunluğu elbette hoş giden, toplum tarafından onaylanan bir sempati içerisinde alıcısına sunar. Nahoş ve rahatsız eden özellikler gözardı edilmeli ve böyle uygulamalardan kaçınılmalıdır kitschde... Kitsch'in temalarının, evrensel kitsch diyebileceğimiz bir gruba aittir. Bu örnekler, politik yargılardan, ırk ya da ulustan bağımsız olarak, insanın en temel itkilerine hitap etmelidir. Bu nedenle, doğum, aile, sevgi, nostalji ve duygusallık kitsch'in ana konularını oluşturur (Kulka, 2014: 45).



Görsel 4: Jeff Koons, Fil, Karışık Teknik, 96,5x76,2x50,8cm, 2003.

Kitsch ideoloji ve etnik yapıya bakmaksızın tüm dünya toplumlarının tüketim alışkanlıklarına kendisini adapte edebilir. Toplumun manevi ve duygusal yapısını kullananan kitsch, kendisine sonsuz kullanım alanları yaratır (Görsel 5). Kitsch her yaş grubu ve beğenisine açıktır. Hangi kültür ve sosyal çevreden gelirse gelsin kitsch, herkesin ortak malıdır. Kısacası kitsch, duygusal yoğunluğu olan nesnelere ya da temaları tasvir eder. Bu tanım kitschin neden bu denli yoğun kitlelerce benimsenmesini açıklamaktadır. Kitsch nesnelere ayırtedilebilirlik bu açıdan önemli bir noktadır: duygusal yoğunluğun karşı tarafa iletilmesi önemli derecede önemlidir ve konu hemen ve hiç çaba sarf etmeden tanınabilmelidir (Kulka, 2014: 46).



Görsel 5: Çanta Üzerinde Bakire Meryem.

Kitschin etkili olabilmesi için tasvir edilen temanın makul ölçekte maharetli olarak ele alınması gerekmektedir. Baktığımız şeyin ne olduğunu hemen anlamamız yetersiz bir ustalıklarla istenen etkiyi yaratmayacak; asıl temadan izleyiciyi uzaklaştıracaktır. Kitschi yapan kişi realist bir yaklaşım ile natürel bir hava vermeli, temanın dışına çıkan özgün dokunuşlardan kaçınmalıdır. Kitsch, tasvir ettiği nesnelere ya da temalarla ilgili çağrışımlarımızı temel ölçekte zenginleştirmez, yüzeyseldir ve genele hitap eder.

Kitsch Sanat mıdır?

Sanat eseri, kendi başına bir amaçtır ve tüm etkenlerden bağımsız olarak üretilir. Üretildikten sonra sanat kendi başına özgün bir varlık noktasına erişir. Ergüven (Akt: Demir, 2009: 35), gerçek sanat ile kitsch arasındaki ayrımı şöyle ifade etmektedir: *"Temelde, sanat eseri ile kitsch ürünlerin yaratılma süreçlerinde, içerikle ilgili özel dinamikler paraleldir. Ancak kitschde biçimsel yetkinlik, amaçların en önemlilerinden değildir; hatta biçimsel yetkinlik, pratik anlamda sınanan ve yerilen kavramlardan biri olarak düşünülür."*

Gerçek sanat eseri ile kitsch arasındaki temel ayrım yapan kişinin tavrı ile ilgilidir. Sanatta imgelem ve anlam arasındaki bağlantı, yani içerik ve öz arasında ilişki organik olarak bir bağ oluştururken kitsch, sadece nesnelere oluşan ancak öz'le ilgili olmayan bir varlık ortaya koyabilir. Kitsch üretimde obje-suje ilişkisi yüzeyseldir; sanatta olduğu gibi derinlemesine bir bağ yoktur ve izleyici bu bağı aramaktan ziyade, genel-geçer, moda gibi genele yayılmış olan bir kaygı durumu güder (Ergüven, 1992: 28). Bu bağlamda sanat eseri kendi varlık alanını oluştururken, her hangi bir beğeni veya eleştiri noktalarından etkilenmez ancak kitsch sürekli olarak beğenilme kaygısı taşır ve bunun için çabalar.

Kulka (2014: 80) bazı sorular sorarak kitsch olgusunun sanattaki yerini belirlemeye çalışır;

"Kitsch'in sanat nesnelere gibi alınıp satıldığı, ticari bir meta olduğu doğrudur. Ancak sadece üretim tekniklerine bakarak kitsch'i sanattan ayırmak, ayırtırmak doğru bir tutum mudur? Sanat eserlerini kaliteli kılan özellikler nelerdir? Neden kitsch sanat değildir? Kitsch resimlerin teknik anlamda yeterli bir şekilde resmedildiğini görmek zor değildir. Teknik ve yeterlik anlamda sanattan çok da fazla farkı olmayan kitsch neden değersizdir?"

Kitsch sadece teknik yetersizlik ve uyumsuzluktan dolayı değersiz değildir; Kitsch yüzeyseldir ve karmaşıklığa dikkat etmez, ancak modern sanat eserlerine baktığımızda yalınlık ve sadelikten söz etmemiz mümkündür. O halde yalınlık ve anlatım da bir kriter

sayılamaz. Kitsch yeni bir stil arayışına gitmez; kitsch standartlaşmış, denenmiş ve kabul edilmiş olan genel beğeni düzeyi ve sanat dönemlerini hiçbir baskı altında kalmaksızın amacı doğrultusunda kullanmayı yeğler. Klişeleşmiş beğeni düzeyi ve farkedilme olgusu kitsch için önemli bir noktadır ve bu yolda yapılan tüm kazanımlar orijinallikten uzak ve mübahtır. Dolayısıyla kitsche sanatsal sahtekarlık muamelesi yapmamızın bir sebebi sanatsal değerden yoksun olması olduğunu söyleyebiliriz. Kitschde eksik olan estetik değerlerdir. Sanatsal yeterlikler veya beceri kitschi değerli ya da sanatsal bir obje haline getirmez (Kulka, 2014: 80).

Adorno, kitsch terimiyle karşılanan birçok fenomeni, kültür endüstrisi ve kültür yönetimi bağlamında inceler. Estetik Teori adlı kitabında Adorno, “*Kitsch, kültürün derinliğine inananların sandığı gibi, sanatın düşmanla işbirliğinden kaynaklanan bir süprüntü değildir. Kitsch her fırsatta öne fırlamak üzere sanatta pusuya yatar... O bütün sanata katıştırılmış olan bir zehirdir*” der (Akt: Artun, 2012: 29). Yani her sanat eseri, kültürel atmosferine göre kitsch gibi, her kitsch ürünü de sanat gibi görülebilir. Her an sanat, karşıtının yerini; karşıtı da sanatın yerini alabilir. Öyleyse evrensel, kanonik bir estetik kategori olarak kitsch anlamsızdır. Zaten bu terim, Avrupa’daki kökenlerinden değil, New York sanat kliğinin İkinci Dünya Savaşı dolaylarında yaşadığı estetik ve siyasal ‘arınma’ söyleminden evrilerek modernizm konusundaki spekülasyonların merkezine yerleşmiştir (Artun, 2012: 29).

Yazar John William Waterhouse tarafından yapılan *The Lady of Shallot* (Görsel 6) ve Alexandre Cabanel’in yaptığı *The Birth of Venus* (Görsel 7)’den örnek vererek kavramın kendi içerisinde nasıl bir çelişki taşıdığına dikkati çeker. Waterhouse’un çalışması gerçekçi ve ifadeyi daha iyi anlatırken; Cabanel’in Venüs’ü gerçekçilikten uzak bir yapı içerisinde ve vücudu plastik olarak görüntülemek resmi kurtarmaya yetmemektedir. Elbette bu iki resim arasındaki kıyastır. Waterhouse’a göre Cabanel. Ancak bugünün sanatı Cabanel’in bu eserini kitsch olarak niteleyebilir veya derinlikten uzak, herkesçe ifade edilebilecek bir sıklıkta olduğunu da pekala söylenebilir (Kulka, 2014: 86-87). Cabanel’in resminde olduğu gibi kitschin temel üç faktörü olan: *duygusal yoğunluk, konunun hemen ayırt edilmesi* (yüzeysellik) ve *kayda değer bir zenginleştirme* bulunmamasından dolayı sanat tarihinde adı geçen birçok *Bakire*

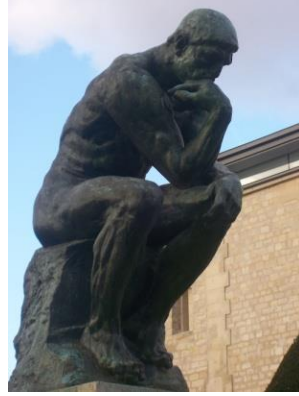
Meryem resmi günümüzde kitsch olarak nitelendirilebilir. Sanatsal bağlamda 'iyi' olan eser bütünlük arzeden estetik değerlerin içerisinde bulunduğu bir organizasyondan hayat bulur. Kitsch üzerindeki yoğun dikkati, estetik niteliklerinden değil; duygusal yoğunluğa sahip insani hislerden alan bir güce sahiptir ve ilginçtir ki kitsch resmi daha iyi hale getirmenin yolu oldukça zordur. (Kulka, 2014: 106-107).



Görsel 6: John William Waterhouse, *Shalott Leydisi*, 1888, Tate Galeri.

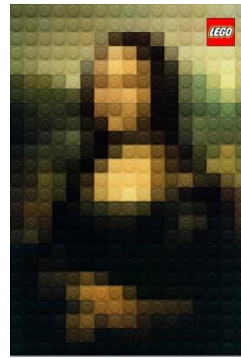
Görsel 7: Alexandre Cabanel, *Venus'ün Doğuşu*, T.Ü.Y., 106x182cm, 1875, MOMA.

Sanatta taklit sadece kitsch olamaz; eğer kopyalanan şey sanat eserinin orijinal özelliklerini taşıyorsa bu kitsch değildir. Kitsch taklitlerde orijinal eser bozulur. Michelangelo'nun *Davut* heykelinin küçük boy taklitleri orantısız olarak bazı özelliklerin kaybedilmesine yol açar; bununla da kalınmaz farklı renklerde üretilirler. Yapılan şey yeni bir estetik obje yaratmak yerine, mevcut estetik objenin varlık özelliklerini ve yaratmış olduğu aurayı kullanarak fayda sağlamaktır. Rodin'in *Düşünen Adam* (Görsel 8-9) isimli heykelinin renginin ne olup, olmadığı önemli bir konu değildir; önemli olan imitasyonu olan küçük kopyanın satın alacak kişinin masasının rengine uyup uymayacağıdır. Bu durum postmodernite içerisinde pastiş kavramına gönderme yapabilir ancak; postmodernizm içerisinde pastiş kavramı yeni eser üretme kaygısını beraberinde taşır ve orijinal eserin kopyasından çok üzerinde düşünsel eylemlerin ve imlerin bulunduğu bir varlık yapısına dönüşür.



Görsel 8: Auguste Rodin, Düşünen Adam, Bronz, 1904, Paris Rodin Müzesi
Görsel 9: Rodin, Düşünen Adam, (Biblo/Ticari Meta).

Kitsch ürünlerde, mesaj tekdüzedir, aynıdır. Kitsch bunu kavramların içini boşaltarak yapar. Nihai amaç, alımlayıcıya, dünyaya yeni bir açıdan bakmanın olanaksızlığını imlemek, nesnelere olabildiğince standart ve şematik biçimde göstermek, çağrışımlardan mümkün olduğu kadar uzak kalarak, sadece belli bir kavramı en keskin bir şekilde anlatmaktır (Demir, 2009; 37). Kitsch sanat, duygusal doyumu en sıkı şekline göre üretilir ve haz duygusu aynı sıklıkta yeterli bulunur. Buradaki 'haz' duygusuna 'geçici beğeni' demek daha doğru olur. Kitschte önemli olan anlık bir algı yaratmak ve çarpıcı sonuçlar almaktır. Mevcut estetik beğeni düzeyine ulaşmış eserleri kullanır ve onları yeni bir ürün olarak takdim eder. Kuşkusuz en çok kullanılan örneklerden birisi Leonardo da Vinci'nin başyapıtı *Mona Lisa*'dır. Tüketim alanı içerisinde bu tablo yüzlerce defa kullanılmış, sahip olduğu aura dikkat çekmek için kullanılıp; amaca uygun bir şekilde deforme edilerek dikkat nesnesi haline dönüşmüştür (Görsel 10-11) (Demir, 2009: 39).



Görsel 10: Marco Sodano, Lego Mona Lisa
Görsel 11: Marco Pece, Mona Lisa

Modern-Postmodern Süreçte Kitsch ve Popüler Kültür

Modernizm, 1880'lerde başlayan ve 20. yüzyıl ortalarına kadar süren, geleneksel Avrupa kültüründen bir dizi kopuşu içeren fütürizm, kübizm, sürrealizm, konstrüktivizm vb. çeşitli sanat dallarında ortaya çıkmış öncü sanat akımlarıdır. Modernizmle birlikte düşünce sistemine ilişkin farklılaşmalar ortaya çıkmıştır. Sanatçılar geleneksel sanat anlayışını yıkıp, ortaya Avangard ruhunu taşıyan, yenilikçi bir sanat anlayışı koymuşlardır. Bu sanatta nesneye bakış açısı ve sanat eserinde uygulanması yönünden önemli bir gelişmedir. Sanatın kanonik ve katılık içerisindeki tutumu modern sanat anlayışları çerçevesinde daha esnek ve daha özgün bir hal almıştır. Bu bağlamda sanatçı daha özgür ve bireyselliği öne çıkarabileceği 'yeni' yapıtlara imzalarını atmışlardır. Modernizmin elitist tarzı veya özgünlük arayışları onun yüksek kültür sanat özellikleri içerisinde kimi çelişkiler taşımasına yol açmıştır. Daha önce hiçbir nesneye öykünmemiş veya özgünlük saplantısı altındaki tutucu görüşleri modern sanat ile popüler kültür arasında çelişkilere yol açmıştır. Böyle bir ortamda kitsch ürünlerin ortaya çıkması, sınıflar arasındaki ayrımın ortadan kaldırılması bir bakıma kitsch ve ürünlerini meşru bir yüzey üzerine taşımıştır diyebiliriz. Oysaki Avangard sanatın temelde çıkış noktalarından biri de evrensel bir sanat anlayışı taşımasıydı (Demir, 2009: 48).

Modernizmin yarattığı hiyerarşi ve bütünsel toplumsal düzenlemelerin yerini, postmodernizmde eşitlik ve bireyci düzenlemeler alır. Böylece modernizmin tek, evrensel ve mutlak kıldığı gerçeklik, postmodernizmde, çoğul, tikel ve göreceli bir hale dönüşür, diğer bir anlatımla postmodernizm, merkezsiz ya da çok merkezli diyebileceğimiz bir düşünce sistemini benimser. Böyle bir karşılaştırma yaparken, Kahraman'ın (2005: 274-275) sözlerine kulak vermek, bu konuya biraz daha açıklık getirecektir: *"Modernizmin asal çizgisini tekillik oluşturur, bu tekillik, öncülükle, biriciklikle iç içe geçmiştir... Postmodern daha başlangıçta tekilliği yadsıyacaktır. Çünkü üretilmiş her imgenin bir tekrarı olduğunu varsaymaktadır."*

Greenberg'in gözünde kitsch "sentetik bir sanattır". Mekaniktir ve formüllere dayanır. Kitsch aldatıcı deneyimler ve sahte duygulardır. Kitsch moda göre değişir ama aslında hep aynı kalır. Kitsch zamanımız yaşantısındaki bütün düzmecelerin

şahikasıdır. Kitsch, müşterilerinden sadece paralarını talep eder. Greenberg; mekanik olarak işlenebildiği için, kitschin üretim sistemimizin tamamlayıcı bir parçası haline geldiğini söyler. Hakiki kültür, kimi tesadüfler hariç, hiçbir zaman bu hale gelmez. Kitsch muazzam bir yatırım karşılığında sermayeleştirilmiştir. Bu yatırımın bedelini ödemesi şarttır. O nedenle de, pazarını korumaya ve yaygınlaştırmaya mahkumdur. Dolayısıyla, ABD dünyanın en büyük kitsch ihracatçısı haline gelecektir. Greenberg, kitsch'in, Batı endüstriyalizmin başka bir kitlesel ürünü olarak, bir sömürgeci diğerine turlayıp yerli kültürleri kovacağını ve böylece dünyanın ilk evrensel kültürü haline geleceğini öngörür ve öyle de olur (Artun, 2012: 30-31).

Modernist sanat eserinde özgünlük ve farklılık önemlidir. Bu doğrultuda sanatçı, tüm yaratıcı kapasitesini kendinden öncekilerden farklı ve özgün bir yapıt ortaya koymak için kullanmak zorundadır. Postmodernist sanat anlayışı ve pop-art içinse, özgün olmanın hiçbir gereği ve anlamı yoktur. Sanat için kullanılacak tüm teknikler zaten kullanılmış durumdadır ve sanat gelebileceği son noktaya gelmiştir. Bu nedenle yeni akımlar peşinde koşmanın ve sanatta avangardın bir önemi kalmamıştır. Bunun yerine eski biçimlerin taklidi (kitsch) ön plana çıkar. Kitlelerin zaten önceden bildiği biçimlerin ve nesnelerin taklidi olarak kitsch, kuşkusuz özgünlüğe, yeniliğe ve farklılığa önem veren modern sanat anlayışı tarafından aşağılanacak, değersiz bir şeydir. Ancak Şaylan'ın da belirttiği üzere (2002: 99) postmodernistler bu görüşe kesinlikle katılmazlar ve taklidi, sanat açısından estetik bir yaratıcılık olarak görürler. Yine postmodern sanat anlayışı, estetik ölçüt olarak, kitlelerin beğenisini ön plana alır, ortalama insanın beğendiği şey sanat açısından estetikdir. Kuşkusuz bu anlayış, sanatın metalaşmış yönüyle örtüşür, çünkü kitlelere ne kadar çok sanat satılırsa, ticari getiri de o oranda artar. Bu nedenle postmodern sanatın bu anlayışı, açıkça popülisttir ve bu popülizm, dönüştürülmüş popüler kültürün egemen anlamıyla ve popülist yanıyla büyük bir uyum içindedir.

Kitschi ve popüler kültürü modernizmin reddettiği fenomenler olarak kavramlaştıran, sonra da onları kendine mal eden, postmodernist teorisyenlerdir. Ne var ki, 1990'lar sanatının pragmatizmi, postmodernist eleştirelliği de siler. Nihayetinde artık "*her şey kitsch, her şey popür*" (Artun, 2012: 41).

Postmodernizm, çeşitli sanat biçimlerindeki modernist üslubu karanlığa gömerek daha eski modern biçimler üzerinde tahakküm kuran, yeni bilinç ve tecrübe biçimleri yaratan genç kapitalist toplumun kültürel egemenidir. Postmodern teriminin 1940'lı ve 1950'li yıllarda yeri geldikçe yeni mimari ya da şiir biçimlerini betimlemek üzere kullanılmasına karşılık, 1960'lı ve 1970'li yıllara dek postmodern terimi, kültür teorisi alanında modernizmden sonra gelen ve/ya modernizme karşı çıkan eserleri betimlemek üzere yaygın bir şekilde kullanılmamıştı. Bu dönem boyunca birçok kültür ve toplum teorisyeni modernizm kültüründen radikal kopuşları ve yeni postmodern sanat biçimlerinin ortaya çıkışını tartışmaya başladı (Best ve Kellner, 1998: 24).

Postmodern sanatçı, her malzeme ve nesneyi sanat yapıtı olarak ele alabilmektedir. Sanatçı atölyeden dışarı çıkmıştır. Sokak gündelik yaşamın kitsch, kaotik, sıradan ve yüzeysel mekanı olarak sanatın da temsil mekanına dönüşmüştür. Sadece mekanına değil aynı zamanda gündelik yaşamın sıradan konuları da temsile girmiştir. Böylece gündelik yaşam estetikleşir. Ancak gündelik yaşamın her türlü malzeme ve teknik ile estetik bir imaja dönüşmesi, yani her türlü imaj ve nesnenin estetikleşmesi ile sunulan temsil, bir bakıma sanatın ve estetiğin de sonunu getirmiştir (Koçak, 2012: 111).

Postmodernizm hakkındaki daha karmaşık fikirler, sanat dünyasına hızla süzülmüştür. Resmin ardından, fotoğrafçılık ve medya tabanlı çalışmalar, 1980'lerin ortasında ilgi odağı olmuştur ve daha net bir politik postmodernizm sağlar görünür. Bu alanda çalışan sanatçıların birçoğu, başta Barbara Kruger (Görsel 12), Sherrie Levine (Görsel 13) ve Cindy Sherman (Görsel 14) olmak üzere postmodernizme spesifik olarak feminist bir katkıda buldukları için övgü toplamıştır. Jeff Koons ve Haim Steinbach olmak üzere bazı sanatçılar ise esasen dükkanlardan satın alınmış eşyaları düzenlemeye dayalı üç boyutlu eserler üreterek kötü şöhret yapmıştır. bu isimler, bazen "simülasyon" sanatçıları olarak adlandırılmışlardır (Ward, 2014: 62).



Görsel 12: Barbara Kruger, Untitled, 1982
Görsel 13: Cindy Sherman, İsimli 216, Karışık Teknik, 1989.
Görsel 14: Sherrie Levine, Çeşme (Buda), 1996.

1960'lı yıllarda pop sanat, film kültürü, happeningler, multi-medya eğlencelik gösteriler ve rock konserleri ve öbür yeni kültür biçimlerinin revaçta olduğu bir dönemdi. Birçok alanda farklı sanatçılar, medyaları birbiriyle harmanlayarak kitsch ve popüler kültürü kendi estetiklerine katmaya başlamışlardı. bunun sonucu olarak yeni duyarlılık, modernizden daha fazla çoğulcu (eklektik), daha az ciddi ve daha az ahlakçıydı (Görsel 15-16) (Best ve Kellner, 1998: 24).



Görsel 15: Velazquez, Las Meninas(Nedimeler), T.Ü.Y., 318x276cm, 1656.
Görsel 16: Yusumasa Morimura, Velazquez'den..., 210x160cm, 1990.

Estetiğin günlük hayata girişi ve popüler kültürün yüksek sanatlar üzerinde yükselişini benimseyen postmodernizmde; sanatta, realizm ve pozitivizm gibi sanatsal temsillerin yerini parodi, nostalji, kitsch ve pastiş almıştır. Derinlik yerini yüzeyselliğe bırakır, imge ile gerçek arasındaki sınırlar netliğini kaybeder. Lyotard, Baudrillard ve Derrida tarih duygusunun ve bugüne kadar değişmeden kalan anlamların silinmesinden, Batı felsefesi ve tarihin dayanağı olarak duran ilerleme, gelişme, Aydınlanma,

rasyonalite ve gerçeklik gibi, Lyotard'ın büyük anlatılar olarak ifade ettiği şeylerin sona ermesinden söz ederler (Hall, 1995: 111).

Postmodern sanat homojen olmayan çoğulcu temsil biçimlerini içermektedir. Kısaca temsil, doğadan kopmuş, kavramsal temsil biçimleri yaygınlaşmıştır. Temsilin sunum biçimleri değişerek, tuval, boya ve geleneksel malzemeler yerine her türlü malzeme temsilde kullanılmaya başlanmıştır. Zaman-mekan birbirinden ayrılarak, mekan temsilin sunum aracı olmaktan çıkarak, temsilin paydaşı olmuştur. Her türlü nesne sanat yapıtı olma özgürlüğünü elde etmiştir. Popüler, kitsch ve gündelik olan sanat nesnesi ya da konusu, temsil özelliği kazanmıştır. Sanatın estetik kriterleri muğlaklaşmış, yaşam estetikleşince estetiğin ne olduğu ya da olup olmadığı tartışma konusu olmuştur. Temsil sürekli şimdi ve anı içeren bir süreç olmuştur. Bu bakımdan gerçeklik algısı temsilde indirgenmiştir. Simülasyon gerçekliğin yerine geçerek alıcı üzerinde anlam ertelenmesi ya da anlamın kurulamamasına neden olmuştur. Anlam yapıt üzerinden değil, alıcı üzerinden temsil edilir olmuştur. Postmodern temsilin global dolanımı, uluslararası sermaye destekli homojenleşmiş söylem biçimlerine dayanır. Pastiş, parodi ve eklettik postmodern pratiklerinin bir kısmı, üretilmiş olanın güncelle yinelenerek tüketilmesi üzerine kurmuştur (Alp, 2013: 58).

Erinç (2004: 165) postmodernizmin her şeyden önce bir eklettik anlayış içinde çoğulculuğu benimseyen 'her şey olur' parolasıyla kendini ortaya koyan bir akım olduğunu, 'Ya öyle-ya böyle' değil, 'hem öyle-hem böyle' düşüncesinin onu çoğulcu, çok yönlü bir akım haline getirdiğini belirtir.

Postmodernizmle beraber estetik sınırlar tamamıyla değişmiş, tüm karşıtlıklar bir yan yanalık haline dönüşmüştür. "Modernist sanatın ince işçiliğinin, biçimsel bilgiçliğinin ve estetik talepkarlığının aksine, 'yüksek kültür' ve 'popüler kültür' biçimlerini karıştıran, estetik sınırları altüst eden, sanatın alanının, reklam imgelerini, televizyonun oldukça değişen mozaiklerini, soykırım sonrası nükleer çağın deneyimlerini kapsayacak denli genişleten ve her zaman tüketim kapitalizmini çoğaltarak üreten potmodernist sanat bölük pörçük ve eklettiktir. Yüksek modernizmin ahlaki ciddiyetinin yerini ironi,

pastiş, kinizm, ticari tutum ve kimi durumlarda dobra bir nihilizm almıştır (Kellner, 2000: 367).

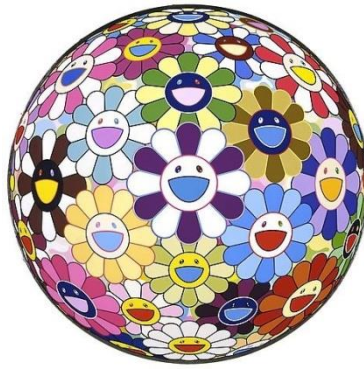
Modern-Postmodern eleştirileriyle tanınan Andreas Huyssen, postmodernizmin en geniş anlamıyla, modernizmin kitle kültürüne gösterdiği insafsız düşmanlığa meydan okuduğunu söyler (Akt: McRobbie, 1998: 26). Kapitalist kültür toplumu çeşitli sınıflara ayırmıştır. Ayrıışan sınıfların sanatlarının Pop sanat ve kültürü içerisinde eritmeye çalışıldığını görmek zor değildir. Yüksek sanat kültürüne ait *Mona Lisa*, *Boticelli Venüs*'ü gibi çalışmalar (Görsel 17-18) zamanın baskı yöntemleriyle tekrar basılarak, modern zamanın renklerine bürünmüş, yüksek kültürün ulaşılamaz zirvesi, halkın ulaşabileceği ya da satın alınabileceği 'makul' sanat nesnesine dönüşmüştür; yani ortaya çıkan ekonomik olarak tüketilebilen sentetik sanat nesnesidir. Sanat nesnelerini ekonomik birer tüketim nesnesine dönüştürülmesi kuşkusuz Amerikan kültürü ve modernizmiyle zirve noktasına ulaşmıştır. Amerikan Pop sanatının toplumda tüketilen tüm nesnelerinin birer sanat nesnesi gibi görüp, kullandığı şiddet, seks, beslenme alışkanlıkları, moda vs. temaları pop sanatın en çok kullanılan ve toplumca tüketilen içeriklerindedir. Kozmopolit ve sentetik hale gelen toplumsal yapı sanata da yansıması ve gelip-geçicilik, moda, popülerlik giderek meşrulaştırılan bir kültür şekline bürünmüştür. Arz-talep döngüsünde gerçekleşen toplumsal yaşamın sanata yansıması sanat eserini "ticari nesne" durumuna getirmiştir. Elbette bu durumun aksini de düşünenler vardır; Gençaydın, pop sanatın ekonomik veya sıradan nesnelere yeni kimlikler kazandırdığından sözeder (Akt: Demir, 2009: 47).



Görsel 17: Andy Warhol, *Mona Lisa*, 111x74cm,
İpek Baskı ve Akrilik, Pittsburgh Warhol Müzesi, 1963.

Görsel 18: Andy Warhol, *Venus (Boticelli'nin Venüs'ün Doğuşu Tablosundan Detay)*,
İpek Baskı ve Akrilik Boya, 121x182cm, Pittsburgh Andy Warhol Müzesi, 1984.

Postmodern zamanlarda, sanatın özgünlük ilkesinin terk edilmesiyle birlikte, Benjamin'in tabiriyle "sanatın mekanik röprodüksiyonu" yaygınlaşır. Öte yandan sanatın kavrama indirgenmesi de, sanatı bizzat sanatçı tarafından 'üretilmesi' gereken bir yaratı olmaktan çıkarır. Ve sonuçta sanat, yer yer, birçok sanat emekçisinin çalıştığı bir imalat halini alır. Bu dönüşümü en iyi ifade eden, Andy Warhol'un atölyesine "Fabrika" adını vermesidir. Sanatın aslında girişimcilik, bir para kazanma becerisi olduğunu açık açık savunan da ilk odur. Damien Hirst "işe parayı sokanın Warhol olduğunu" söyler (Artun, 1982: 19). Günümüzde sanat imalatının en ünlü, en varlıklı temsilcisinin Damien Hirst (Görsel 19) olmasına şaşmamak gerekir. Gloucestershire'daki 'fabrika'sında, çoğu sanatçı, 150 işçi çalışır. Çağdaş sanatın müzayede şampiyonlarından Jeff Koons ve Takashi Murakami (Görsel 20) de Hirst ayarında girişimcilerdir (Artun, 1982: 19).



Görsel 19: Damien Hirst, Bir Meleğin Anatomisi, Carrara Mermeri, 187x98x78cm, 2008.

Görsel 20: Takashi Murakami, Çiçekli Top, Akrilik, Altın Gümüş Varak, Çap: 103cm, 2007.

Adorno ve Horkheimer, kültür endüstrisi kavramıyla, eğlence endüstrisinin bir sanat gibi yükseldiğini, kültürel ve sanatsal ürünlerin metalaşarak kitlelere sunulduğunu belirtmişlerdir. Özellikle reklamcılık, tasarım ve görsel kültür bu bağlamda sanatın metalaşmasında en önemli alanlar olarak dikkat çekmektedir. Özellikle Modernizmin yüksek kültür algısını yıkarak popüler kültürü kucaklayan postmodern sanat, başlangıçta pop sanat olarak yer alan uygulamalardan da beslenmiştir. Pop sanatın temsil biçimleri, dijital imajların çoğaltılması, endüstri ve gündelik ürünlerin gösterimi, kitsch nesnelerin sanat yapıtı olarak kullanımı gibi uygulamaları içerir. Bu uygulamalar bir eleştiri niteliği taşımaz ve yüksek sanatın bittiğini gösterir. Pop sanatın ünlü ismi

Warhol'un *Brillo Kutuları* (Görsel 21) reklam, tasarım ve tüketim olgularının seçkin sanatı yerinden ettiğine iyi bir örnektir (Alp, 2013: 55).



Görsel 21: Andy Warhol, Brillo Sabun Kutuları, 1964.

Pop Sanat, sanatın daha geniş kitlelere ulaşabilmesi için öncelikle popüler kültür ile etkileşime geçilmesi gerektiği düşüncesinden yola çıkar. Etkileşim için popüler kültürün en çok ilgi duyduğu, beğendiği veya tükettiği şeyler ile bağlantı kurmak gerekmektedir. Popüler kültürün tükettiği şeyler ile ilgi duyduğu şeyler arasındaki ilişki, özlem duyulan şeylerle olanaklar arasındaki uyumsuzluğu her zaman içerir. Tüketim endüstrisinin en çok etkilediği toplumsal kesimleri, tüketim olanakları kendi içinde yeniden sınıflarken popüler kültürün beğeni içeriğini de belirler. Özlem duyulan tüketim nesnelere ile bunları üreten kültürün içeriği arasındaki ilişkinin koptuğu yerde kitsch ortaya çıkar (Muraz, 2009: 7-8).

İlhamını ticari tasarımlardan alan Pop Art'ın 1960'ların sanat sahnesine ciddi bir değişiklik getirmiştir. Modernizm, kitschi geri çevirirken, Pop Art, Yüksek Sanatın egemenliğinden kurtulmuş olan bir sanattır (Kulka, 2014: 149). 1960'larda, pop kültür ve yaşam biçimi iç içe geçmeye başladı, "Sanat hayattır", (Beuys) ve "Herkes sanatçıdır", (Warhol) gibi sloganlar her yerde kullanılıyordu. Herkesin içinde yaşadığı tüketim kültürüne ait olan bu anlayış o yıllarda sanat olarak algılanmaya başlamıştır. Pop sanatın sıklıkla kullandığı kitsch imgelemleri, tanımla ilgili bazı şüphelerin ortaya çıkmasına önayak olmaktadır. Amerikalı sanat tarihçi Marco Livingstone'a göre;

"Pop resimler genellikle kitle kültüründe halihazırda mevcut olan imgeleri kullanır; tercihen reklamlardan, fotoğraflardan, çizgi romanlardan ve diğer kitle kültürü kaynaklarından ödünç alınan, iki boyutlu imgeler... Daha önce de güzel sanatların dışında kaldığına inanılan kitsch, popüler zevklerin alanına girmektedir" (Akt: Kulka, 2014: 150).

Ticari reklamları ve çizgi romanları tabloları döken Roy Lichtenstein, insanlar tarafından takdirle karşılanmış; Warhol ise toplumun sıklıkla tükettiği imge, imaj ve nesnelere yönelmiştir. Onun tanınmış kişilerin ve nesnelere resimlerini yapması (Marilyn Monroe, Elizabeth Taylor, Elvis Presley, Coca Cola gibi) detaylara girmeksizin yapılan yüzeysel baskıresimler bizi ister istemez kitsch nesnelere dünyasına götürür. Ancak temel olarak bazı farklılıklar Pop Art sanatçıları ile kitsch ürünleri arasında durmaktadır. Kitschde olduğu gibi genelin beğenisine hitap eden ancak içerisinde özgünlük ve orijinallik barındıran işlerdir bunlar. Her biri sanatçısı hakkında bir fikir verir ve yöntem olarak belli standartlara bağlı kalınmaz. Şu halde pop sanat, kitsch dediğimiz kavram ve ürünlerinden daha farklı, öyleymiş gibi görünen ancak kendi içerisinde sanatsal/estetik değerler taşıyan bir anlayışın ürünleri haline gelmişlerdir. Pop eserler izleyiciye duygu sömürücü, duygusallığın merkeze taşındığı ve yüzeysellik ve direkt mesaj verme özelliklerinden bihaberdir, bu özellikler kitschi kitsch yapan ancak pop sanatta sıklıkla karşılaşmadığımız değerlerdir. Warhol'un Campbell çorba kutuları, Lichtenstein'in Brushstrokes adlı çalışmalarında duygusallık yoktur. Pop sanatın temel kaygısı sanatın temel varsayımlarını ve tüketim toplumu içerisindeki rolünü irdelemektir. Kitsch asla bir şeyi sorgulamaz. Pop Sanatçı Mel Ramos'un yapmış olduğu *Olympia* (Görsel 22) ya da *Velveeta* (Görsel 23) isimli çalışması kitsch statüsünde algılanabilir, bunun sebebi kitschin kısmen çalışmalarında tüketim toplumunun nesnelere dikkati çekmek amacıyla kullanılmasıdır (Kulka, 2014: 152-153).



Görsel 22: Mel Ramos, Manet'nin Olymposu, Taşbaskı, 1974.

Görsel 23: Mel Ramos, Velveeta, Taş Baskı, 30x45cm, 1965.

Pop Art ile kitsch arasına mesafe koyan bir diğer önemli özellik Pop Art'ın ironi, espiyi ve çok anlamlı yapısıdır. Kitsch tek anlamlı, ciddi ve belirsizlikten uzak durmasıdır. Kitschi budalaca gösteren duygusallığıdır, Pop Art'da duygusallığın yerini ironi ve kitle kültürü almıştır. Warhol'un Mona Lisa serigrafileri, eserin içeriğinden ziyade ironi özellikleri taşıdığı ve güzellik anlayışını eleştirdiği yönündedir (Kulka, 2014: 154). Dolayısıyla Pop Art her ne kadar kitschi kullanıyor ise de onu saygın bir sanat kategorisine yerleştirmemiz mümkün değildir.

Yüksek sanat ile kitsch arasındaki ayrımı ortadan kaldırma suçu yakın zamanda postmodernizmin üzerine yıkılmış gibi görünmektedir. Bunun sebebi postmodernizmin belirgin bir sanat anlayışı ortaya koyamamış olması durumudur. Postmodernizmin şimdiye dek biraraya getirilmesi bile hayal edilemeyen şeyleri radikal bir eklektizm içinde ortaya koyması ve onları kombine etmesinden kaynaklanmaktadır. Tıpkı Pop Art gibi Postmodernist yaklaşımlarda kitschi içeriyor, ancak bu sadece ondan alıntılar yapmak yada ona göndermede bulunduğu için. Kitschten farklı olarak postmodern eserler genellikle yorum gerektirirler (Kulka, 2014: 156).

Günümüz sanatında kitsche atfedilen değerlerin sadece kitsch ve onun eserlerine ilişkin sıfatlar olmadığını görebiliriz. Herhangi bir eserin özneliklerinin kitsch olarak değerlendirilmesi kuşkusuz yanlış bir değerlendirme olacaktır. Kitschin kendi başına göstermiş olduğu varlık durumu, onu diğer sanat akım ve disiplinlerinin kötü birer örneği olduğu gibi görünmesinden kaynaklanan bir yanlış anlamadan kaynaklanmaktadır. Çoğu zaman Postmodern ve Pop zamanların bir sonucu/ürünü

olarak görülen kitsch, tüm akım ve sanat biçemlerinde görülebilen ancak kendi özdeğerlerini oluşturmuş ve sanatta bir kavram dahi olsa yerini alabilmiş bir varlık durumuyla karşımıza çıkmaktadır.

SONUÇ

Sanatın sınırlarını çizmek, gelecek sanatın ne olacağıyla ilgili tahminde bulunmak kadar tehlikeli ve zor bir durum gibi görünmektedir. Gelişimi içerisinde incelendiğinde sanat her zaman avangart ruhu taşıyan, ileriye dönük ve ne olacağı tam olarak belli olmayan bir süreçler silsilesidir. Sürekli olarak bir önceki düşünüş ve uygulama kabiliyetini gözardı eden ancak içerisinde geçmişle ilgili temel dinamiklere sahip olan sanatın 'plastik', şekil alabilen yapısıyla dikkate alınmalı ve değerlendirilmelidir.

Ne kadar karşı çıkarsak çikalım, bir olgu haline dönüşmüş olan kitsch gerçeği sanatı da içine alan genel kültür bağlamında vardır. Sanatsal gerçeklikler ve nitelikler konusunda elbette tartışmalar devam edecektir. Geleceğin sanatı veya günümüz sanatına dair tüm kavramların çözümlenmiş ve yerine tam olarak yerleştirememiş olduğumuzu düşünerek; Sanatın kendisini yeniden var etme gücünü belli kriterler ve doktrinler altında sınırlandırmamalıyız. Sanatın dünü, bugünü ve geleceğiyle ilgili fikir ayrılıkları sanata yeni yönler kazandırmış ve çeşitlenmesine neden olmuştur. Dünün ve bu günün sanatı buna benzer örneklerle doludur...

Bu bağlamda ele alındığında kitschin sanatsal bir varoluş içerisinde olup olmadığı değerler açısından tartışılabilir ancak günümüz sanatının fenomolojik yapısı düşünüldüğünde ortaya çıkan sonucun hiç de küçümsenecek bir durum olmadığını, doğal bir sürecin sonucu olduğunu söyleyebiliriz. Genel anlamda kendisine niteliksiz, değersiz sıfatlarla atıflarda bulunduğumuz kitsch, yaşam alanımız, çevremiz ve kültürümüzde yerini almış; ekonomik, siyasal, kültürel ve sanatsal dinamiklerin bir sonucu olarak geçmişte olduğu gibi gelecekte de var olmaya devam edecektir.

KAYNAKÇA

- ALP, KAFIYE Özlem (2013). *Sanatın Temsili ve Postmodern Sanatta Temsil*. Süleyman Demirel Üniversitesi Güzel Sanatlar Dergisi, ART-E Sayı: Kasım-Aralık 2013, Sayfa: 40-61.
- ARTUN, Ali (1982). *Sanat Emeği, Kültür İşçileri ve Prekarite*. İstanbul: İletişim Yayınları, 1. Basım.
- ARTUN, Ali (2012). *Çağdaş Sanatın Örgütlenmesi*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- BENJAMIN, Walter (1995). *Pasajlar*. Çev: Ahmet Cemal, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- BEST STEVEN, Kellner Douglas (1998). *Postmodern Teori*. Çeviren: Mehmet Küçük, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- DEMİR, Gonca İlbeyi (2009). *Kiç ve Plastik Sanatlar Üzerine*. Ankara: Ütopya Yayınları
- ERGÜVEN, Mehmet (1992). *Kitsch Üzerine Çeşitlemeler*. Türkiye’de Sanat Dergisi, Sayı:3.
- ERİNÇ, M. Sıtkı (2004). *Kültür Sanat-Sanat Kültür*. Ankara: Ütopya Yayınları.
- HALL, Stuart (1995), "Yeni Zamanların Anlamı", *Yeni Zamanlar*, Stuart Hall ve MARTIN JACQUES (DER.), Çev. Abdullah Yılmaz, İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 105-127.
- KAHRAMAN, Hasan Bülent (2005). *Sanatsal Gerçeklikler, Olgular ve Öteleri...* İstanbul: Agora Kitaplığı.
- KELLNER, Douglas (2000). *Modernite Versus Postmodernite*. Çev: Mehmet Küçük. Ankara: Vadi Yayınları.
- KOÇAK, Dilek Özhan (2012). *Sinemada Postmodernizm*. İstanbul: Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi.
- KULKA, Thomas (2014). *Kitsch ve Sanat*. İstanbul: Altıkırkbeş Yayınları, I. Basım.
- MCROBBIE, Angela (1999). *Postmodernizm ve Popüler Kültür*. Çev: Almıla Özdek, İstanbul: Sarmal Yayınevi.
- MURAZ, Özlem (2009). *Nur Koçak’ın Pop Sanat, Foto Gerçekçilik, Feminist Sanat ve Posta Sanatı İçerisinde İncelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Çukurova Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Resim-İş Eğitim Anabilim Dalı.

NERDRUM, Odd (2010). *Kitsch Üzerine*, Çev: A. Feyzi Korur, İstanbul: Mitos-Boyut Yayınları.

ŞAYLAN, Gencay. (2002), *Postmodernizm*. Ankara: İmge Yayınevi

ŞENTÜRK, Levent (2014). *Kitsch Sözlüğü*. Kocaeli: Kült Yayınları.

WARD, Glenn (2014). *Postmodernizmi Anlamak*. Çev: Tufan Göbekçin. İstanbul: Optimist Yayınları.

Görsel Kaynakça

Görsel 1: Michelangelo, Ademin Yaratılması, 280x570cm, Fresco, 1512.

https://en.wikipedia.org/wiki/The_Creation_of_Adam

Görsel 2: Nokia, Connection People, Reklam.

<http://www.yayayagetarty.com/>

Görsel 3: Jeff Koons, Made in Heaven, Litografi, 317x690cm, 1989.

<http://www.modernedition.com/art-articles/sex-in-art/art-and-sex.html>

Görsel 4: Jeff Koons, Fil, Karışık Teknik, 96,5x76,2x50,8cm, 2003.

<http://www.art21.org/images/jeff-koons/elephant-2003>

Görsel 5: Çanta Üzerinde Bakire Meryem

<https://tr.pinterest.com/pin/121315783689145131/>

Görsel 6: John William Waterhouse, Shalott Leydisi, 1888, Tate Galeri.

https://en.wikipedia.org/wiki/The_Lady_of_Shalott

Görsel 7: Alexandre Cabanel, Venüs'ün Doğuşu, T.Ü.Y., 106x182cm, 1875, MOMA.

[https://tr.wikipedia.org/wiki/Ven%C3%BCs%27%C3%9Cn_Do%C4%9Fu%C5%9Fu_\(Cabanel\)](https://tr.wikipedia.org/wiki/Ven%C3%BCs%27%C3%9Cn_Do%C4%9Fu%C5%9Fu_(Cabanel))

Görsel 8: Auguste Rodin, Düşünen Adam, Bronz, 1904, Paris Rodin Müzesi

https://tr.wikipedia.org/wiki/D%C3%BC%C5%9F%C3%BCnen_Adam

Görsel 9: Rodin, Düşünen Adam, (Biblo/Ticari Meta).

<http://ru.aliexpress.com/item/Puri-Stearns--Rodin-thinker-thinker-imitation-32482930196.html>

Görsel 10: Marco Sodano, Lego Mona Lisa

<https://tr.pinterest.com/pin/238620480233727265/>

Görsel 11: Marco Pece, Mona Lisa

<https://tr.pinterest.com/pin/28640147604041002/>

Görsel 12: Barbara Kruger, Untitled, 1982

<http://barbara-kruger.tumblr.com/>

Görsel 13: Cindy Sherman, İsimsiz 216, Karışık Teknik, 1989.

<https://tr.pinterest.com/pin/290834088415052443/>

Görsel 14: Sherrie Levine, Çeşme (Buda), 1996.

<https://tr.pinterest.com/pin/343681015292914337/ci>

Görsel 15: Velazquez, Las Meninas(Nedimeler), T.Ü.Y., 318x276cm, 1656

https://en.wikipedia.org/wiki/Las_Meninas

Görsel 16: Ysumasa Morimura, Velasquez'den..., 210x160cm, 1990.

Tokyo Modern Sanatlar Müzesi,

http://freemagazine.jp/yasumasa-morimura_4

Görsel 17: Andy Warhol, Mona Lisa, 111x74cm, İpek Baskı ve Akrilik, 1963.

<http://www.metmuseum.org/collection/the-collection-online/search/489409>

Görsel 18: Andy Warhol, Venüs, İpek Baskı ve Akrilik Boya, 121x182cm, 1984.

<http://www.warhol.org/ArtCollections.aspx?id=1593>

Görsel 19: Damien Hirst, Bir Meleğin Anatomisi, Carrara Mermeri, 187x98x78cm, 2008.

<http://www.damienhirst.com/the-anatomy-of-an-angel>

Görsel 20: Takashi Murakami, Çiçekli Top, Akrilik, Altın Gümüş Varak, Çap: 103cm, 2007.

<http://www.gagosian.com/artists/takashi-murakami/selected-works>

Görsel 21: Andy Warhol, Brillo Sabun Kutuları, 1964.

<http://www.warhol.org/education/resourceslessons/Brillo--But-is-it-Art/>

Görsel 22: Mel Ramos, Manet'nin Olympiası, Taşbaskı, 1974.

http://rogallery.com/Ramos_Mel/w-219/Ramos_Mel-Manets-Olympia.htmramo

Görsel 23: Mel Ramos, Velveeta, Taş Baskı, 30x45cm, 1965.

http://rogallery.com/Ramos_Mel/Ramos_Mel-velveeta-poster.html

Görsellere erişim 09 Kasım 2015 tarihinde sağlanmıştır.